

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙМАННЯ ЖИТЛОВИХ БУДІВЕЛЬ

В статті представлено результати емпіричного дослідження особливостей емоційного сприймання студентами типових будівель м.Львова. Дослідження здійснено за допомогою проєктивного інтерпретаційного методу шляхом демонстрації зображень типових будинків та фіксації розповідей досліджуваних про них. Узагальнення даних контент-аналізу результатів опитування дозволило визначити 9 основних категорій, які характеризують сприймання будинків (особливості емоційного сприймання, особливості потреб мешканців та рівень їх задоволення, соціальні характеристики мешканців, види діяльності, тип будинку, психологічний клімат будинку, внутрішні фізичні особливості будинку, деталі оточення, часова перспектива). Охарактеризовано особливості сприймання 6-ти типових житлових будинків м.Львова.

Ключові слова: *сприймання будівель, емоції, потреби, психологічний клімат будинку, взаємодія жителів, соціальні характеристики мешканців.*

Постановка проблеми. Де б не перебувала людина, вона практично постійно перебуває в штучному, створеному нею самою забудованому середовищі. Уїнстон Черчіль колись влучно зауважив, що ми надаємо форму нашим будівлям, а вони, в свою чергу, формують нас. Сучасні економічні та екологічні проблеми, проблеми перенаселення та урбанізації примушують дослідників зосередити увагу на тому, як можна безпечно покращити навколишній простір, зробити його психологічно комфортним.

Дослідники цієї тематики [1; 4-5; 7] зауважують, що сприймання людьми різноманітних будівель не зводиться лише до оцінки їх архітектурних особливостей, а передбачає виникнення різних асоціацій, може викликати емоційні реакції (емоційне неприйняття або переживання естетичної насолоди) та спричинитися до появи або допуску можливості реалізації специфічних форм поведінки, наприклад, до проявів асоціальної поведінки.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Більшість (близько 70%) середньостатистичних українців є мешканцями не просто штучного забудованого середовища, представленого декількома будинками, а проживають у великих містах. Міське середовище має низку своїх психологічних особливостей, на які особливо активно

почали звертати увагу в 60-х роках минулого століття. Це робота «Образ міста» Кевіна Лінча (1960) [4], в якій він вперше акцентував увагу на особливостях сприймання міста, на тому, яким чином можна зробити міське середовище більш живим та зрозумілим; робота Джейн Джекобс «Смерть і життя великих американських міст» (1961) [1], яка однією з перших підняла питання про негативні сторони реконструкції міста та масового будівництва. В США та європейських країнах ще в 70-х роках минулого століття виявились проблеми, що потенційно можуть виникнути у великих ізольованих житлових масивах (Класичний випадок житлового кварталу Прюїт-Ігоу в США [9]) та були розроблені стратегії облаштування безпечного міського соціального простору (роботи Оскара Ньюмана [9]). В Україні за останні роки проблема масових забудов також почала хвилювати громадськість не тільки як базова житлова проблема, але і як проблема комфортного та безпечного проживання мешканців. Важливою ініціативою в цьому напрямку є діяльність створеної в 2016 році в Києві громадської організації «Агенти змін», однією з видів діяльності якої є проект «Київський стандарт», спрямований на проведення дослідження та підготовку посібника з вирішення «невигаданих проблем житлових кварталів Києва та області» [2]. Проблеми, на яких зосереджується увага – це проблеми спільного середовища житлових кварталів (стихійних парковок, зовнішнього вигляду фасадів будинків, які використовуються для розміщення кондиціонерів, антен та вивісок, під'їздів, які мають непривабливий вигляд). Серед власне психологічних підходів до сприймання будівель варта зазначити роботу російських психологів Хелени Штейнбах і Владлена Єленського, які досліджували сприймання і оцінку міського середовища Санкт-Петербурга, визначали особливості емоційного реагування на нього [7]. **Метою** цього дослідження стало визначення особливостей емоційного сприймання типових будівель м.Львова.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи міське середовище м.Львова можна виділити декілька типів будівель. В якості типових були обрані 8 будівель міста Львова, що відрізнялись між собою часом будівництва (так званий «старий фонд», будинки часів Радянського союзу та новобудови), статусом будинків (житлові/нежитлові) та поверховістю (мало- та багатоповерхові). Методика дослідження була спланована за принципом проективного інтерпретаційного методу за аналогією з дослідженням, яке було проведено Х.Штейнбах і В.Єленським [7]. Респондентам пропонувалось почергово розглянути фотографії будинків. Презентація фотографій супроводжувалась наступною інструкцією: *«В театрі декількох елементів декорації достатньо для того, щоб зрозуміти, що може відбуватися на сцені. Так*

само і в реальному житті: коли ми потрапляємо в якусь місце, ми уявляємо собі, що може в ньому відбуватися... Розглядаючи фотографію, подумайте, які емоції у вас викликає місце і будинок, що на ній зображений, який настрій викликає перебування біля нього. Придумайте історію про те, що тут може відбуватися, які люди тут живуть або бувають (можливо були або будуть), чим вони займаються, що є для них важливим. Опишіть ті думки, які приходять Вам в голову». Фотографії були зроблені в один час, приблизно за однакових погодних умов, із мінімальною кількістю людей на них для того, щоб забезпечити максимально нейтральне поле сприймання. Після завершення роботи досліджувані мали оцінити кожен будинок з точки зору бажаності проживання в ньому.

В дослідженні взяли участь 53 особи: студенти ЛНУ ім.І.Франка (спеціальність «Психологія», що здобувають першу та другу вищу освіту), та студенти НУ «Львівська Політехніка» (спеціальність «Соціологія»). Вік респондентів - від 21 до 47 років.

На першому етапі обробки результатів визначався загальний рейтинг будинків за рівнем бажаності будинку як місця проживання. Очевидна перевага надавалась трьом будинкам, які опинилися на перших місцях за рівнем бажаності – двом новобудовам та пам'ятці архітектури Палацу Потоцьких, що було підтверджено за допомогою однофакторного дисперсійного аналізу (критерій Шеффе, $p < 0,05$). Привсійнереалістичності бажань проживання в Палаці привертають увагу суб'єктивні критерії оцінки привабливості будинків. Наступні особливості розподілу будинків в рейтингу, хоча і не досягли рівня статистичної значимості, проте дозволяють припустити, що в ньому також відіграють роль неочевидні суб'єктивні фактори (на третьому місці опинилися практично з ідентичними середніми рівнями бажаності проживання типовий панельний п'ятиповерховий будинок 70-х років та пам'ятка архітектури, житловий будинок 1913 року будівництва). Відповідно, для отримання змістовних характеристик будинків, наступним етапом дослідження стало проведення контент-аналізу отриманих результатів. Були проаналізовані асоціації, які стосувались тільки житлових будинків (6 будівель). Для обробки даних дослідження використовувалась програма QDA Miner Lite v.2.0. Загалом в ході контент-аналізу було виділено 95 показників (підкатегорій аналізу), які складають загальний образ житлового будинку, що були нерівномірно об'єднані за змістом в 9 категорій (загальна кількість одиниць аналізу становила – 1128 одиниць).

Найбільшою за обсягом була категорія «Особливості емоційного сприймання», що включала в себе 17 підкатегорій. Ця категорія охоплювала безпосередні емоційні реакції досліджуваних, на

зразок, «радість»[□], «сум», «буденність», «хороший настрій» тощо. Окремою категорією були згруповані 9 показників, які також можна було віднести до емоційних, але які описували особливості потреб мешканців та рівень їх задоволеності (загальне переживання комфорту чи дискомфорту, безпеки).

Друга за обсягом категорія (16 підкатегорій) описувала «Соціальні характеристики мешканців»: «звичайні люди», «різні люди», «люди вищих прошарків».

Третя категорія «Діяльність» (12 підкатегорій) включала в себе види діяльності, яким, на думку респондентів, присвячують своє життя мешканці будинку (живуть, працюють, навчаються).

Наступна за кількістю підкатегорій була група тверджень «Тип будинку» (11 характеристик), яка визначала узагальнену оцінку будинку імоглобуттяякемоційнонейтральною («багатоповерхівка», «новобудова»), так і містити оціночне ставлення, переважно негативне (наприклад, «шпаківня»).

Однаковими за кількістю показників (по 10 показників) були категорії «Психологічний клімат будинку», яка об'єднувала в себе твердження, що стосувались особливостей взаємодії мешканців між собою та «Внутрішні фізичні особливості будинку» (шум, бруд, відсутність місця).

Ще одна категорія «Деталі оточення» (8 показників), фіксувалась, якщо респонденти звертали увагу на наявність дерев, дитячого майданчика або припаркованих автомобілів.

Остання категорія, найменша за обсягом, яка об'єднувала тільки дві підкатегорії стосувалась часової перспективи, з позицій якої оцінювався будинок.

Отже, на перших місцях за рейтингом бажаності проживання в будинку опинилися новобудови. Це був таунхаус ($M=2,4$) та багатоповерховий комплекс ($M=2,07$) та (Рис.1.)



Рис.1.Таунхаус та багатоповерховий комплекс, фотографії яких використовувались під час дослідження

Опис респондентами таунхауса налічував 163 змістовних одиниці. Значний відсоток висловлювань становили припущення про особливості мешканців цього будинку. В основному, це були уявлення про соціальний статус тих людей, які в ньому проживають (11% всіх асоціацій по цій фотографії): *«мажорність, будинки, в яких розкупувають квартири лише ті, хто мають гроші»*, *«в ньому проживають люди вищих прошарків і статусні або багаті»*. Також траплялись коментарі про те, що це є будинок для проживання сімей (6,1%).

Серед емоційних реакцій були переважно позитивні (8% всіх висловлювань): *«настрій веселий, відчуття приємні»*, *«подобається, схоже на котеджі США»*, *«емоції позитивні, яскраві»*. Респонденти зауважували, що, *«від будинку віє комфортом, теплотою, товариством»*, *«кожен має свій простір, береже свій комфорт»*, він асоціювався з безпекою (*«безпека, мешканці не переймаються за речі, які вони лишають у двері, діти вільно грають»*). Проте, велика частка висловлювань (10%) була припущеннями про нежитловий статус цього будинку: *«нагадує коттедж для відпочинку, здається, ніби у середині особи щойно прийшли з моря чи з лісу і відпочивають»*, *«житловий будинок, але деякі квартири здаються під офіси»*. Тобто, попри загальне позитивне емоційне ставлення до цього будинку, він ще «немає душі», можливо через надто невеликі терміни свого існування або через те, що таке житло не належить до типового помешкання середньостатистичного українця. Деякі респонденти так і зауважили, що це *«будинок-мрія»*.

Новий багатоповерховий житловий комплекс, який опинився на другому місці за рівнем бажаності емоційно мав досить суперечливу характеристику (загальна кількість одиниць аналізу – 207).

Досліджувані часто робили акцент на високому соціальному статусі мешканців (6,8%) *«люди, які там проживають мають певний достаток, оскільки це новобудова»*, *«достаток, ексцентричність»*, *«це місце проживання великої кількості людей, яким було не шкода віддати по 15 000 гривень за квадратний метр, по ходу мажори»*. Водночас, деякі респонденти зауважують інший бік майнового статусу мешканців новобудови: *«... проживають успішні люди або люди із великою кредитною обузою»*. Цікаво, що в описі таунхаусу таких асоціацій не виникало. В деяких висловлюваннях щодо цієї фотографії припускалось, що цей будинок є місцем проживання молодих сімей, початком нового сімейного життя.

Емоційне сприймання будинку характеризувалось різноманітними переживаннями, від узагальненого переживання позитивних емоцій, радості, *«хорошого, піднесеного настрою»* до невизначено негативних – *«тривожність»*, *«метушливість»*,

«збентеження, настороженість», «відчуття розгубленості і страху», «сум», «роздратування», «важкість». В близькій до емоційного сприймання категорії «Особливості задоволення потреб» була яскраво виражена субкатегорія «дискомфорту»: «місце холодне», «... ці будівлі тиснуть на голову з усіх боків, затуманюють сонце», «некомфортно, немає повітря, далять стіни», «урбан». З іншого боку, приблизно така ж частина студентів характеризували цей будинок як комфортний.

Дуже неприємними виглядають особливості психологічного клімату будинку. Так третина досліджуваних зазначила, що мешканці є психологічно ізольованими один від одного: «спільність у її окремоті... та холодній взаємодії; в одному акваріумі кожен», «вони мало знайомі між собою і живуть своїм життям; відчуття: невидність і скороминучість життя», «Чи знаємо ми всіх сусідів? Навряд. Темп і ритм життя в такій будівлі цього не вимагають», «...люди-індивідуалісти, яким треба усамітнюватися, щоб не бачити стільки сусідів поруч». Такого роду коментарі, які виникають ще на етапі, коли будинок є новим, естетично привабливим і часто символізує матеріальне благополуччя викликають побоювання щодо подальшого розвитку соціальної взаємодії в ньому. Переживання краудингу, про яке говорять респонденти саме по собі може провокувати виникнення негативних емоцій, бажання усамітнитися та агресивні тенденції.

На третій позиції приблизно з однаковими середніми балами за рівнем бажаності опинились п'ятиповерховий панельний будинок ($M=1,77$) і житловий будинок – пам'ятка архітектури початку минулого століття ($M=1,75$).



Рис.2.П'ятиповерховий панельний будинок та будинок-пам'ятка архітектури, фотографії яких використовувались під час дослідження

В описі п'ятиповерхового будинку було визначено 203 змістовних одиниці. Будинок переважно характеризувався через особливості емоційної сфери: 8,9% асоціацій стосувались переживання «затишку», а ще 8,4%, що будинок викликає приємні емоції і позитивний настрій. Цікаво те, що на другому місці, що визначає ставлення до цього будинку була категорія «Деталі оточення». Зверталась увага на особливості прибудинкової території (15,27% висловлювань): *«хоч тут і немає євроремонтів і оздобленості фасаду, але через озеленення хочеться тут прожити», «затишний двір, зелений, просторий, відчувається добра атмосфера», «все в зелені, тому жителі можуть насолоджуватися свіжим повітрям», «красиві алеї, по яким можна гуляти з дітьми свідчать про доглянутий район».*

Описуючи мешканців будинку, респонденти, як правило, просто констатували, що вони належать до середнього майнового класу, є представниками різних професій. Водночас велика кількість висловлювань стосувалась характеристики психологічного клімату будинку (9,8%). Основний зміст цієї категорії в рівній мірі представляли твердження про дружні стосунки з сусідами та соціальний контроль в будинку (*«в ньому проживаються привітні люди, які, напевне, добре знайомі між собою», «асоціюється з гамірними і дружніми сусідами», «дім, де всі про всіх усе знають», «багато радості, дружній двір», «сусіди вітаються в під'їзді», «кожна родина намагається дотримуватись суспільного порядку, адже всі у всіх на виду».*

Перша особливість, яка вирізняла сприймання наступного будинку, пам'ятки архітектури початку минулого століття (колишній прибутковий будинок Мрозовицьких) – це ускладненість у виникненні асоціацій. Загалом визначено 140 змістовних одиниці, що майже на третину менше, порівняно з іншими фотографіями

Серед особливостей емоційного реагування досліджувані переважно зазначали: 7,1% – *«нейтральний настрій», «відчуття індиферентності», «байдужість»* та 7,9% – сум (*«викликає сум», «невизначеність, сум, негативні емоції», «вона всі своїм нутром нагадує про тяжкі часи, люди там сумують просто», «навіює хмуристь, готичність своїм зовнішнім виглядом».*

В описі інших фотографій не було особливого змісту зупинитись на нейтральній характеристиці «Тип будинку», бо практично всюди проходив нейтральний опис *«житловий будинок».* Що стосується цього будинку, то велика кількість висловлювань стосувалась його архітектурних особливостей (10%: *«будинок з незвичайною архітектурою», «інтересна архітектура: на вершині кута купол як у церкві»*), а інша частина висловлювань стосувалась міркувань про те, яким може бути призначення цього бу-

динку (18,6%: «державна бюрократична установа», «музей, який відвідують туристи», «бібліотека, офісне приміщення в центрі»). Тобто, по суті, житловий будинок як житловий практично не сприймається. Ця особливість зайвий раз підтверджується тим фактом, що у респондентів практично не виникало асоціацій з психологічним кліматом всередині будинку. Лише двоє людей згадали про існування взаємовідносин між мешканцями всередині будинку, що становить лише 1,4% всіх висловлювань, які використовувались для опису цього будинку: «квартиранти влаштували вечірку, сусіди викликали поліцію», «думаю, що це нежитловий будинок, а якщо житловий, то скоріше за все там живуть роздратовані на світ люди».

Останні дві позиції в рейтингу обіймали багатоповерховий житловий будинок 70-80-х років будівництва (M=1,48) та старий трьохповерховий будинок в центрі міста з внутрішнім двором (який був умовно названий респондентами «Одеський дворик») (M=1,4) (Рис.3.).



Рис.3.Багатоповерховий будинок 70-80-х років та старий будинок в центрі міста, фотографії яких використовувались під час дослідження

Опис фотографії багатоповерхового будинку складався з 215 змістовних одиниць. Часто студенти розпочинали з загальної оцінки будинку: «висотка» «мурашник», «шпаківня», «улії». 23,26% тверджень характеризували мешканців будинку: «тут проживають люди з усіх прошарків суспільства», «живе багато заклопотаних сімей зі своїми життєвими історіями», «люди живуть в ньому поколіннями, робітники, звичайні люди».

В сфері емоційного сприймання найбільш часто зустрічалась асоціація з «сірістю», «буденністю», «повсякденністю». Серед

характеристик психологічного клімату увага зверталась на дві особливості (9,6% від загальної кількості одиниць аналізу). Це було переживання краудингу («так багато людей в ньому і на такій малій площі») і емоційна закритість мешканців будинку («індивідуалізм, живуть своїм життям», «в кожній квартирі своя атмосфера»).

Слід звернути увагу на те, що опис цього багатоповерхового будинку відрізняється від опису нового багатоповерхового комплексу лише віком та сприйманням майнового статусу мешканців, а психологічний клімат в будинках є практично ідентичним. Відповідно, з часом цілком можливою є трансформація позитивно-нейтрального образу новобудови на негативний образ «мурашника», яким сприймається цей багатоповерховий будинок. Проблема так званих «мурашників» є темою багатьох публікацій урбаністів та дизайнерів. Як зазначає російський архітектор В.Стадніков [6] безособове середовище мурашників, чинить значний вплив на поведінкові установки мешканців, формуючи в них тотальну відчуженість від житлового середовища та індивідуалізм. Мешканці багатоповерхових будинків часто не знають навіть своїх сусідів по сходовій клітці, а подвір'я не виконують своєї соціальної функції, є лише проміжною ланкою між квартирою і вулицею.

Останнім в рейтингу житлових будинків виявився старий будинок в центрі з внутрішнім двориком, який також належить до типових в центральній частині міста. Студенти дуже символічно називали його «Одеським двориком». В його описі було виокремлено 200 змістовних одиниць аналізу. Емоційно цей будинок сприймався, як правило, негативно: «настрій негативний», «настрій пригнічений», «переживання страху, небезпеки», «депресивна картина, оскільки нагадує місце для душевно хворих людей». Зверталась увага на те, що це є «старий будинок, який не хоче ремонтувати міська влада і до якого байдуже комунальним підприємствам», в якому проживають особи похилого віку («думаю, там живуть милі бабусі», «таке відчуття, що в цій будівлі живуть тільки старенькі люди»). Водночас зазначались позитивні елементи психологічного клімату будинку: «спільний двір може свідчити про добрі відносини з сусідами», «сусіди, які тісно знають один одного і розповідають свіжі плітки, розвішуючи білизну на балконах», «люди, котрі там живуть, усі знайомі між собою і є друзями».

Цікавим елементом опису цього будинку був акцент на його історії (9% всіх висловлювань): «місце з величезною історією, яка смакує в атмосфері... реальність в реальності... вдихаючи атмосферу, смакуєш минулим», «тут живуть львів'яни, вони не продають будинок, квартири, не здають в оренду, а передають із покоління

в покоління». Тобто, незважаючи на ненайкращий технічний стан будинку, його зовнішній вигляд, для деяких респондентів він все ж таки виглядає привабливим. Можна припустити, що вирішальним елементом привабливості є елемент таємниці, який усвідомлюється як наслідок історичності будинку. З точки зору моделі сприймання середовища Стівена і Рейчел Каплан [8], саме таємниця є важливим елементом привабливого середовища, як наслідок природної інформаційної потреби людини в розумінні та дослідженні.

Висновки. Отже, в сприйманні житлових будинків можна виділити певні психологічні одиниці аналізу, крім таких очевидних факторів як новизна та технічний стан будинку. Кидається в очі те, що багато людей звертають увагу на психологічний клімат в будинку та деталі оточення – особливості прибудинкової території, які забезпечують чи, навпаки роблять неможливим проведення часу за межами власної квартири, але біля будинку. Відповідно, не вдале проектування житлового середовища може спричинитися до виникнення психологічних та соціальних проблем в будинку. Для того, щоб будинок, житловий квартал були затишними для життя, недостатньо просто побудувати житло. Потрібно забезпечити соціальну взаємодію: потребу людини в соціальних контактах і в місцях відпочинку. Це дозволить, з одного боку, зробити район затишним, з іншого – активізувати внутрішні ресурси жителів до самоорганізації та контролю.

Список використаних джерел:

1. Джекобс Д. Смерть и жизнь больших американских городов / Д. Джекобс, [пер. с англ.] – М.: Новое издательство, 2011 – 460 с.
2. Київський стандарт // Доступно з: <http://standard.a3.kyiv.ua/> (Цит. від 1.03.2017)
3. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милграм, [пер. с англ. Н. Вахтина, С. Левандовского и др.]. – СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 336 с.
4. Линч К. Образ города / К. Линч, [пер. с англ. В. Глазычева] – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
5. Смолова Л. Психология взаимодействия с окружающей средой (экологическая психология) / Л. Смолова – СПб.: СПбГИПСР, 2010. – 711 с.
6. Страх и ненависть спальных районов. Почему типовая застройка российских городов превращает их в гетто // Доступно з: https://lenta.ru/articles/2016/05/20/sleep_district/ (Цит. від 1.03.2017)
7. Штейнбах Х., Еленский В. Психология жизненного пространства / Х. Штейнбах, В. Еленский. – СПб.: Речь, 2004. – 239 с.
8. Kaplan R., Kaplan S. The Experience of Nature: A Psychological perspective / R. Kaplan, S. Kaplan – Cambridge: Cambridge University Press, 1989. – 340 p.

9. Newman O. Creating defensible space / O. Newman. – Washington, D.C.: U.S. Dept. of Housing and Urban Development, Office of Policy Development and Research, 1996. – 123 p.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Dzhekobs D. Smert y zhyzn bolshykh amerykanskykh horodov / D.Dzhekobs, [per. s anhl.] – M.: Novoe yzdatelstvo, 2011 – 460 s.
2. Kyivskiy standart // Dostupno z: <http://standard.a3.kyiv.ua/> (Tsynt. vid 1.03.2017)
3. Mylhram S. Eksperyment v sotsyalnoi psykholohyy / C.Mylhram, [per. s anhl. N.Vakhtyna, S.Levandovskoho y dr.]. – SPb.: Yzd-vo «Pyter», 2000. – 336 s.
4. Lynch K. Obraz horoda / K.Lynch, [per. s anhl. V.Hlazycheva] – M.: Stroiyzdat, 1982. – 328 s.
5. Smolova L. Psykholohiya vzaymodeistviya s okruzhaiushchei sredoi (ekolohycheskaia psykholohiya) / L.Smolova – SPb.: SPbHYPSR, 2010. – 711 s.
6. Strakh i nenavyst spalnykh raionov. Pochemu typovaia zastroika rossyiskykh horodov prevrashchaet ykh v hetto // Dostupno z: https://lenta.ru/articles/2016/05/20/sleep_district/ (Tsynt. vid 1.03.2017)
7. Shteinbakh Kh., Elenskiy V. Psykholohiya zhyznennoho prostranstva / Kh. Shteinbakh, V. Elenskiy. – SPb.: Rech, 2004. – 239 s.
8. Kaplan R., Kaplan S. The Experience of Nature: A Psychological perspective / R. Kaplan, S. Kaplan – Cambridge: Cambridge University Press, 1989. – 340 p.
9. Newman O. Creating defensible space / O. Newman. – Washington, D.C.: U.S. Dept. of Housing and Urban Development, Office of Policy Development and Research, 1996. – 123 p.

Климанская М.Б. Психологические особенности восприятия жилых зданий

В статье представлены результаты эмпирического исследования особенностей эмоционального восприятия студентами типичных зданий г. Львова. Исследование осуществлено с помощью проективного интерпретационного метода путем демонстрации изображений типичных домов и фиксации рассказов респондентов о них. Обобщение данных контент-анализа результатов опроса дало возможность определить 9 основных категорий, характеризующих восприятие домов (особенности эмоционального восприятия, характер потребностей жителей и уровень их удовлетворенности, социальные характеристики жителей, виды деятельности, тип дома, психологический климат дома, внутренние физические особенности здания, детали окружения, временная перспектива). Охарактеризованы особенности восприятия 6 типичных жилых домов г. Львова.

Ключевые слова: *восприятие зданий, эмоции, потребности, психологический климат дома, взаимодействие жителей, социальные характеристики жителей.*

Klimanska M.B. Psychological features of perception of apartment houses

The article presents the results of empirical research aimed on defining the features of emotional perception of typical apartment houses in Lviv. The selection criteria and procedures of research design are described in details. The survey was carried out with the using of projective interpretative method by showing the pictures of typical houses and recording the stories of respondents. The data analysis was carried out by using content analysis (with the help of QDA Miner Lite v.2.0 program). According to the survey results, the 95 indicators (subcategories), which make up the overall image of a house, were verified. The subcategories were united in 9 categories (unequal by their size): features of emotional perception, special needs of the residents and the level of their satisfaction, social characteristics of the occupants, activities, type of the building, psychological climate of the house, the indoor physical features of the house, environmental details, and time perspective. The perception's peculiarities of 6 typical apartment houses of Lviv were described. It was determined, that regardless the type of the building, its psychological climate which is determined by the architectural features of the building and satisfaction of social needs are the important aspects of the house's perception. The possible psychological problems that may become as a result of improper design of living environment are described.

Keywords: *perception of the house, emotions, needs, psychological climate of the house, cooperation, social characteristics of residents.*